第３分科会

7 「広げよう連携の輪 ～消費者啓発の推進～」

神戸市消費生活課 消費者教育推進担当課長 **藤井 孝明** 氏
公益社団法人日本消費生活アドバイザー･コンサルタント協会（NACS）
西日本支部 事業委員 **馬瀬 美智代** 氏

報告のポイント

- 神戸市からは、授業で行なう消費者教育やコンシューマー・スクールでの活動について。
- ＮＡＣＳからは、学校教育での取組みや、12 の自主研究会について。

神戸市　藤井 氏

NACS　馬瀬 氏

1 神戸市の消費者行政

神戸市役所の消費生活課の藤井と申します。どうぞよろしくお願いします。消費者教育担当課長ということで、全国でもこの職名がついている自治体ってないのではないかと思います。いま 3 年目ですけども、その前に係長で 3 年おりましたので合計 6 年です。ものすごく長く、消費者行政や消費生活の問題にかかわっておられる方から見るとほんと短いですけども、取り組みの一部をご紹介させていただきたいと思います。

神戸の成り立ちは今日配布しているレジュメの裏面のほうに少しだけ書いてございます。もともと神戸は、コープこうべさんとか非常に大きな生協がございまして、消費者運動をかなり盛んにやっていただいております。それから婦人会を母体としました消費者協会、これも会員数はかなりの数ですけども、それが昭和 42 年に成立し、私どもの「くらしをまもる条例」という消費者保護条例というのがございますけども、その条例が 49 年制定ということで、これは全国で初めてできた条例でございます。消費者問題に対する取り組みというのは昔からやられていて、そういった文化というのは非常に強いところではないかと思います。

どちらかというと市民の運動が先に走って、行政が後から一生懸命ついていくというようなところがあります。むしろ、そうしていただいたほうが消費者の実感に近く、行政の感覚というよりも、現場の消費者の感覚でそれに対応していくというのが非常に大事なことではないかなと思います。

神戸の人口は 154 万人、年間に生活情報センター相談が 1 万 2000 件ほどございます。どこでもそうですけども、高齢者の相談というのが非常に増えてきているということで、３割が高齢者、60 歳以上の相談です。人口比からすると大体一緒なんですけども、よく考えると０歳から 20 歳ってあまり相談に来ないですよね。そう考えると、やっぱり高齢者の相談割合というのは非常に多いのではないかと思います。

先週ですけども、消費者教育フェスタというのがございまして、これは文部科学省と一緒に神戸市がやらせていただいた行事です。今年で 3 年目ということで、昨年は栃木県でやったのですが、今年は神戸でやったということです。全体のイベントの内容を申しますと、1 月 30 日午後からですが公開授業がございまして、小学校、中学校、高校それぞれの公開授業と、そのほか企業が来てデモンストレーション授業を 21 コマやっていただいております。

その後、意見交換会がございまして、ワークショップ形式でやるのですけども、私もファシリテーターをやらせていただきました。この机を二つぐらい固めて 5～6 人が座るのですけども、そこで消費者教育についてどう進めていったらいいかというのを、行政部門と企業部門、学校教育委員会部門、消費者団体部門、その四つの部門に分かれて話し合いするのを周りでみんなで見るという、今までにないような緊張するようなシチュエーションの中で話をしました。ファシリテーターのほかにパネリストがいるのですけども、パネリストもその日初めて会った方ばかりでした。そういう四つの部門に分かれて 1 日目は意見交換会をやったということでございます。

2 日目が講演会とシンポジウムということで、1 日目の意見交換会の意見を踏まえてシンポジウムをやりました。1 日目が 300 人、2 日目が 700～800 人、延べ 1,000 人以上の方が来られていたということになります。

その中で連携というのを非常によく言われているのですけども、いろんな連携が大事だというのは改めて感じるところです。いろんな意見が出ていまして、例えば行政の中では、連携というのは行政と学校と教育委員会と、あるいは消費者団体、そういったところの連携も大事だけども、消費者団体間の連携、学校の教育であれば先生の間の連携、そういったものも大事ではないかと。というのは、学校ではいろんな教科の中に消費者教育がありますので、数学とか社会科、家庭科、その中でいかに子供にとって効果的なタイミングで、それを授業の中で教えていけるか、そういうのが非常に大事なことではないかという意見が出ておりました。

それと消費者団体から、いま高齢者と若者の消費者被害というのが非常に問題になっているのですけども、その間のところが結構危ないのではないかという意見もございました。企業も、消費者教育については貢献していただいているところです。教材も多く出していただいている。ただ、企業も本職ではなく、やっぱり片手間でやるのでマンパワー的には弱いとか、あるいはコーディネート力をもっと期待するとか、そういった意見が出ておりました。

それと行政部門からですけども、やはり予算がいつまで続くのかという心配の声が上がっています。消費者関連で、市で単独で予算をとっていくのが非常に厳しくて、この 4 年間強

化期間ということで基金をいただいていたので、予算的には非常にとりやすかった。来年も一応確保できた部分はありますが、この後どうなるのかなと。消費者教育というのは一朝一夕に浸透するかというと、なかなかそれはできません。長期間にわたって、みっちり腰を据えてやらないとなかなか進まないものではないかなと思うので、ぜひその辺の予算を消費者庁にお願いしたいと思います。予算の話ばかりで申し訳ございません。

2　授業で行なう消費者教育

授業話をさせていただきたいと思います。公開授業で神戸市の教員が授業をやっていたのですけども、何点かおもしろいのがございまして、例えば葺合高校という英語科がある高校ですが、全部英語でやったのです。テーマはＮＧＯについて討論するんですけども、貧困の撲滅というテーマで 20 数名でディスカッションをやらせていただいたということです。消費者教育も視野としては非常にグローバルな、自分の手元だけじゃなしに、世界に視野を広げるという意味では、英語の授業というのは結構効果があるのかなと、思いました。

中学校では家庭科、数学科、社会科、この３人の先生がやりまして、家庭科は表示の問題、数学については果汁の割合の計算をしながら消費者教育をやっています。社会科はコープの生協活動などをやっているということです。それから小学校は、家庭科では電力とか省エネの問題、社会科では情報教育の問題、そういったものを取り上げております。

企業も多彩なところに来てもらい、食品メーカーとか情報、電器メーカー、その他国民生活センターとか全相協さんとか、ＮＡＣＳさんも来てもらいましていろんな授業をしていただいた。普段の学校教育にないものが聞けたので、子供にとっては非常によかったのではないかと思います。

消費者教育というと、一番の目的は消費者被害の防止ということで、いかに未然に防いでいくかというのが大きな目的なんですが、今の法律にありますように消費者市民社会の実現、持続可能な消費の実現、そういうものが理念に入っております。行政の部門の意見交換会の中では、これはちょっと難しいなと。崇高な理念で、すごいというのはわかるのですけども、行政がどう取り組んでいくのかがまだちょっとわからないという話が出ていました。

ですから先ほどの消費者市民社会とについて、何でこれが要るのかというのをどんな小さい子でも、高齢者でもわかるように理念的に説明するというのは結構難しい話なのかなと。ふだんお金を使っていることが全世界に影響するんだよという、その道筋がちょっとまだ示し切れていないのかなと。行政がそれをちゃんと伝えていくというのがこの消費者教育にとっては大事であると、ファシリテーターをしながら感じたところです。

以上が 30、31 日の話でございます。次は私どもの事業をご紹介しながら、その間で思ったところを少しお話しさせていただきたいと思います。まずそのレジュメで、消費者教育の

推進体制ということで書いておりますけれども、教育委員会とも連携はやってきておりまして、特に家庭科とか社会科になりますけども、教材も一緒につくってきております。

それから②のところで消費者教育推進部会とあるのですけども、これは審議会の専門部会でして、23 年度から立ち上げ、法律ができる前からこういった形でやってきております。特に 1 年目には消費者教育について何をやろうかということになりまして、まず消費者教育の体系化を一回やってみようという話になりました。今消費者庁さんでイメージマップをつくられていますけども、私どものほうが 1 年ほど早かったんです。実際こういうものです。実は平成 18 年度のときに一度支援センターで体系シートというのがつくられていたのですが、それをベースにして、もっと詳しくて誰でも使ってもらえて、消費者教育全体が見渡せるようなものができないかということで、この部会を開いて検討してきたわけです。

特にライフステージごとにどんなことをしていくかという視点は、支援センターさんがやられていたのと変わりないのですけども、例えば幼児期とか児童期、少年期、成人期、こういうのが縦軸にきまして、横軸に支援センターのシートでは安全とか、情報、環境、その四つの部門が上がっていた。領域という意味でいうと、その四つは非常に大事なところですけども、もっといろいろあるかなと思われます。もう少しばっと見渡せるようなものはないかということで、その表の横に消費者の権利というのがありますけども、その権利を軸にして整理してみたらどうかということで始めたのがこの体系シートです。アイデアが浮かんだのが大体２カ月ぐらいかかりました。表の枠をつくって、その間にどういう内容かというのを詰めていくのに三月ぐらいかかりました。

消費者の権利を軸にし、普通八つございますけども、六つに集約して、消費基本行動、安全確保あるいは商品情報の理解、選択、被害救済、環境及び社会的影響の理解、そういった６本の軸に編成し直して、それぞれのライフステージでどういう目標を立てて勉強すべきか、あるいは具体的にどういう内容を勉強していくべきか。例えば幼児期でしたらお買い物ごっこでお金と物を交換することを学ぼうねとか、そういったことを具体的に書いていきました。

本人への消費者教育というのは大事で、例えば子供であれば学校教育というのがあるのですけども、もう一方で生活の現場というのはやっぱり家庭かなと。家庭で保護者と子供がどうかかわっていくかというのは、消費者教育では結構大事なことではないかということで、家庭で保護者が子供に消費者教育を実施するヒントということで、そういうのも体系シートの中に入れさせていただいております。

それから高齢者についても、高齢者自身に被害に遭わないように啓発することが非常に大事だと思うのですけども、高齢者はだまされてもなかなか被害救済を訴えないとか、場合によっては相手を信頼し過ぎて、だまされていても気がつかないというケースが結構あるということです。被害に遭ってどこにも相談しない人の割合というのを年齢別にとると、結構高齢者というのは多い、若い人よりも非常に多い。ですから、どちらかというと高齢者よりも高齢者の周りの方をもっと教育していこうという発想で、高齢者を家族や地域で見守るため

のヒントを体系シートの中に入れました。そういう形で４枚のシートがございまして、これはホームページで誰でも見ていただけます。これが部会の１年目にやった作業です。

消費者教育を進めるに当たって行政とか、もちろん出前講座も行なうですけども、市民の間で専門家を派遣して出前講座をやっていくというやり方も、神戸でもやっております。そのペーパーに書いておりますが、①くらしのいきいきトークというのは神戸市の消費者協会さんが昔からやっておられるやり方でして、相談員さんのＯＢがこういった形で市民出前講座をしているということです。

3　コンシューマー・スクールのゼミナール

それと②で神戸コンシューマー・スクールというのがございます。これが結構厳しくて、年間 30 日、土曜日開講しています。ここにも何人か来ていただいている方があります。本当に厳しいのですけども、大体午前２時間、午後２時間勉強し、７割以上が合格ということです。

この特徴は、消費生活というのは横断的な分野ですので、環境、食品、もちろん悪質商法もあるし、特商法の勉強もしないといけないのですけども、そういったいろんなところを全部勉強します。もう一つ特徴がゼミナールで、学生数は 30 人ですけども 10 人ずつに分けて、１人の教官を囲んで、新しい、いま起こっている問題を勉強する、どういう解決策があるかというのを探っていく、そういうことをやっております。それを最後に論文にまとめて発表会をするということで、今年度は２月９日が最終の発表会になっています。

入学資格は消費生活の資格を持っている方でして、相談員、コンサルタント、アドバイザー、そういう資格を持っている方のレベルを上げて、実践的に鍛えていこうというものです。かなり厳しいカリキュラムを取っていますので、修了した後はいろいろなところで活躍をしていただくわけです。その一つがさっきの出前講座ということで、いろんなテーマで地域とか学校に行っていただく。あるいはもう一つ役割としては、問題解決のコーディネーターです。いろんな消費者問題があったときにどういったことを勉強したりとか、どういう対応をしたらいいかというのをそういう人たちがいろんな人にアドバイスをしたりする、そういう役割がいるかなと思います。

消費者教育においては、いろんな団体間とか個人の連携というのが非常に言われていますので、卒業された方がコーディネーターになっていただけたらということも思っているところでございます。

③が神戸市くらしのパートナーということで、300 人、神戸市で委嘱しております。全域的に散らばっておるんですけども、これはどちらかというとモニター調査というふうに考えていただけたらと思います。いろんな暮らしの変化の中で、将来大きな問題になるのではというのを書いてもらい、事務局に伝えるということです。その中には、将来を考えるとこれ

は大事だというものもあるわけですね。300 人からそういうアンケート用紙をもらって、全部読ませていただいて、これどういうことかなというのをいろんな人と議論をし、毎月レポートを出しています。被害があると私ども生活情報センターに相談として情報が来るのですけども、相談に至らなくてもこれはちょっとどうなのかなというのを投げていただくというのがくらしのパートナーということになります。

コンシューマー・スクールにしても、くらしのパートナーにしても、現場というのを大事にしたいなと思っています。現場で何が起きているか、それをいち早くキャッチするというのが非常に大事なことということで、こういった調査の取り組みをしているところです。パートナーさんは消費者協会さんがやられていまして、東日本大震災のときでしたら、もちろん関東のほうは物がないということだったのですが、関西も物がなくなったときがございまして、例えば乾電池であるとかろうそくであるとか、そういったものがどのくらい流通しているかといったことも、このくらしのパートナーさんが調査をしました。

3 が教育拠点の整備ということで、昨年 7 月神戸消費者教育センターということで整備したんですが、もともと生活情報センター内に展示室があったんですけども、そこを改修して誰でも見てもらいやすいように、あるいはちょっと勉強したいとか、ミニ講座をやったりとか、そういうスペースを確保させていただいたということです。オープンは 7 月です。

それから 4 番目、教材の作成ということで、昨年体系シートをつくりましたので、実践的なものが何かできないかなということで、教材をつくりました。先ほどの家庭教育、高齢者の見守りというテーマで、下の展示のところには置いていたのですが、4 冊を発行しました。もっと楽なのかなと思ったら、非常に大変な作業でした。例えばこれは子供向けですけども、中は結構イラストが多いのですけども、どういうストーリーにするかというので私がずっと下絵を描きました。この絵はちゃんとしたイラストレーターさんで上手に描いていただいております。消費者庁でしたら漫画家を使っているようですけども、これはただのイラストレーターなので、タッチは違うかなと思います。

これが幼児と小学生と中学生と 3 冊セットになっています。3 冊つくると大体ポイントがわかってきて、1 冊で何か抜けていたらほかの 2 冊も抜けているんですね。1 つの項目につき仕事が 3 倍になるということです。この中にも、実はコープの委員さんにも入っていただいている方もおられまして、いろいろご教示ありがとうございます。

この発想というのは、体系シートをつくりましたので、このときにこういう冊子はどこもやってないぞということで、やってきたわけです。

高齢者のほうも、ご存じかと思いますが、国民生活センターでこういうガイドブックを出していたと思うのですけども、高齢者の周りの問題というのも非常に変化しているのではないかということで、例えばあのときには貴金属の押し買いなんかなかったのですが、それを加えたりということで最近のものにしました。

それとコンシューマー・スクールでも心理学の授業というのがあるのですけども、悪質商法にかかる人というのは誰でもかかると。やっぱり業者のほうが上手で、消費者は脳がパニ

ックになるらしいです。そうすると、いくら自分は大丈夫やと思っていてもだめやということで、そしたら業者が来る前にやれることをやるということで、例えば玄関のところに悪質商法のステッカーを張ったり、すぐ見えるところに生活情報センターの電話番号を控えておくとか、非通知の電話は受けないとか、いろんな策もありますので、そういうのは事前に啓発の一つとしてやったほうがいいのかなということで入れさせていただいています。

それとインターネットの関係でも、高齢者は結構今やられているということで、これはなかなか顕在化しにくいんですけども、コミュニケーションのＳＮＳを使って有名芸能人から「相談したいの」という事例があるんですけども、それをやっていると１回ずつお金がかかって、いつまでたっても切れないとか、「お金をあげるから文通して」とかいうことで、これもやっぱり切れないというのもあります。そういうのも入れさせていただいています。

家庭用は、もともと家庭で使ってほしいということだったのですけども、学校でも使えるということで全部の学校とか公共施設、神戸の地域福祉センター、児童館、そういったところにも置いて見ていただけるようにしています。できたら年度内に、欲しいところはできるだけお渡ししたいと思っているところです。

そのほかに５番目として、消費者問題へのその他の取り組みということで、夕食宅配のときに、いま流行っている悪質商法の啓発チラシを入れさせていただいています。これはコープこうべさんとの協定の中でさせていただいております。これも高齢者へ直接最新の情報を届けるということで、非常に大事だと考えております。コープさんも弁当の数が多分高齢化社会になってくると増えてくるかと思うんですけど、増えるに従って啓発効果が広がっていくということではないかと思います。

配布させていただいておりますペーパーの２ページ目、裏面でございますが、神戸市の消費者教育の体系図を入れております。人材を育成していくにはどうしたらいいかということで、最後はコンシューマー・スクールを修了して消費生活マスターという呼び方をしています。入り口のあたりで、学校では教育委員会と連携しながら研究会も設置して教材をつくったり、先ほどの出前講座で啓発していくということです。

自主学習グループというのもあるのですが、消費者学級という言い方をしています。これは地域で、自分たちで消費者問題を学習していこうというグループで、神戸で大体 70 から 80 あります。そういうところの支援をしています。中級では資格ということになるんですが、先ほどの三つの資格を取っていただいた後、コンシューマー・スクールに入っていただきたい、そんなイメージの図になっております。こういう形で私ども整理させていただいておりまして、人材というのをどんどん広げていきたいなということです。

全然まとまりがなくて申しわけないのですが、消費者教育って、やっていくと自分も関心が出てくる。ここに入って６年目になりますが、その前は全然違う仕事をしていまして、全然関心がなかったのです。やるとおもしろくなってくる。こういう形で話すこともあるのですけども、教えていただくこともある。そういう形でおもしろくしていくのが消費者教育では大事なのかなと。自分の実感ですけども、そういうふうにここ数年を振り返ってみてそう

思っている次第でございます。法律もできましたので、消費者教育がもっと各地域でもどんどん浸透していけばなと思っているところです。以上でございます。ありがとうございました。

1　ＮＡＣＳの学校教育での啓発活動

皆さん、はじめまして。私は、今ご紹介をいただきましたＮＡＣＳで事業委員をやっております馬瀬といいます。今日は、私どもＮＡＣＳが取り組んでおります啓発活動の中の学校教育について、簡単に発表というかご報告をさせていただきたいと思います。

まず私ども公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会、通称ＮＡＣＳといいますけれども、そのＮＡＣＳがどういうものであるかということをまず初めに簡単にご紹介させていただきます。1988 年に通産省、現在の経済産業省の許可を得て設立されました。今年で 25 年目になります。一昨年、消費者団体としては初めての公益社団法人として認定されまして、公益に資する団体として決意を新たに、スタートを切ったということです。

会は主に消費生活アドバイザーと消費生活コンサルタントにより構成をされております。現在全国に約 4,000 名、私ども西日本支部には約 1,000 名の会員が在席しております。会員は企業、行政、消費者団体あるいは教職員など非常にさまざまな職場あるいは業種それから環境におきまして、消費者問題の専門家としても幅広く活躍をしております。私どもが大きな柱としているのが企業と行政、消費者をつなぎ情報発信をしていく、その橋渡し役ということを大きな活動の柱としております。

私ども当協会の事業の中の啓発活動としての、いわゆる学校教育ということですけれども、毎年 100 校程度の学校に講師を派遣しておりまして、これまでに約 2,100 校、延べ 30 万人の学生に受講していただいております。今年度、私ども西日本支部では 21 校、小学生から大学生まで大体 1,200 名が受講の予定。3 月末で今年度ということになりますので、まだちょっと残っていますので全部受けていただくと、これで 1,200 名ぐらい受けていただくということになります。

先ほど全体会でもお話が出ていましたが、昨年、消費者教育推進法が施行されまして、学校における消費者教育の推進や人材育成などが求められておりますし、消費者団体への消費者教育の推進への協力も努力義務というか求められているということです。自立した消費者として、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会。先ほどから藤井さんもおっしゃっていましたが、消費者市民社会を担う消費者の育成に、この学校教育が非常に期待されているということだと思います。

講座のテーマですけれども、いろいろあるのですけれども、インターネット、ケータイ、環境、金銭教育、製品安全教育、リスクコミュニケーションなど多岐にわたっております。

また事業に際しましては、私どもＮＡＣＳが作成しました独自のテキストを使って授業をすることが非常に多いです。

講座の対象は主に高等学校ですけれども、小学校、中学校、専門学校、短大、大学、これも非常に広範囲でお伺いしております。また障がい者のための特別支援学級、学校へも講師の派遣をしております。

派遣講師は後で述べますが、私どもの講師養成講座というか、教育を受けた当協会の会員がお伺いしております。講師派遣料に関しては原則無料です。ただし私どももお金がありませんので、受託事業ということになりますので、その無料の枠がオーバーした場合は、私どもＮＡＣＳのほうで定めた講師料をいただき、有料で講師を派遣するという形でございます。

2　　１２の自主研究会で活動

近年の私どもの講座例を幾つかご紹介したいと思います。私ども西日本支部には 12 の自主研究会がございます。毎年その自主研究会が発表大会を行いまして成果発表をしたり活動レポート集『アンサンブル』、今日は持ってきてないんですがそういうものを発行して、広く情報提供も行っています。その 12 の自主研究会がそれぞれの専門分野について若者に伝えたいという内容をまとめたテキスト『入門！消費者』、こちらに映っていますが、このようなテキストを一昨年発行いたしました。

その内容ですけれども、1 番から 11 番まで、「消費行動と意思決定」「契約と消費者」「身近なネット社会」「健康に食べよう！」「衣服をむだにしないために」「安全ですか？あなたのくらし」「地球環境を守るのは、あなた！」「価格って何？」「消費者と企業のよりよい関係」「将来を考える」「くらしを支える社会保障」というように、私どもは専門分野の方がたくさんおりますので非常に幅広いことを網羅したテキストになっているのではないかと思っております。

次に『リスクの学習帖』ですけれども、これは現物を持ってきていないんですが、これは 22 年に閣議決定されました消費者基本計画において、消費者の安全・安心を確保するためにリスクコミュニケーションの推進を重点的に取り組むこととされまして、そのパイロット的事業を私どもＮＡＣＳが受託いたしまして、『安全・安心を考えるリスクの学習帖』というこのような冊子をつくりまして、全国でこの学習帖を活用した講座を開催しております。毎日の生活で起こるリスク、その原因を知ってリスクを減らすことを目的に、購入前に情報を調べること、使用時に取扱説明書をきちんと読むこと、それから使ってみて意見を伝えるというようなことを学びまして、これも若者編、子ども編、高齢者編、そして最後は最終章というような段階で学習していくようになっております。

次に『「見えないお金」の物語』、これもテキストです。これは高校生を対象にした金融教育のテキストです。昨年ＮＡＣＳが作成しまして、講師の養成講座も私ども西日本支部で

は昨年実施をしておりまして、27 名の会員が受講して、この 4 月以降学校において『「見えないお金」の物語』、ちょっと難しいテーマですけれども、学習をこれからやっていただくということになります。

先ほど藤井さんがおっしゃっていました 30 日、31 日に神戸で開催されました消費者フェスタにおきましても、私どもの養成講座を受講した会員が第１号として、このテキストを利用して中学生にデモ授業をさせていただきました。中学生には非常に難しいのではないかと思いますが、電子マネーやクレジット、ローン、そういうものの概要、それらは見えないからこそ計画的な管理が必要だということを、ワークシートを使いながらゲーム感覚で学習を進めまして、多分非常によくわかっていただけたであろうと見ていまして、手応えを感じました。とってもいい授業になったと思っています。

また滋賀県の消費生活講座ということですけれども、平成 22 年度から平成 24 年度の３年間におきまして、滋賀県からの委託を受け私どもの支部が受託をして、立命館大学において開催をしております。

講座の目的ですけれども、大学生を中心にして「消費者問題に関する知識」「問題解決に対処できる技能」を備えたリーダーシップを若者のうちにちゃんと学んでいただいて、発揮できる人材を育成したいということが一つあります。

二つ目としては消費者問題に対する意識を高めまして、「財団法人日本産業協会が付与する消費生活アドバイザー」の取得に向けた準備支援といいますか、自立した消費者の育成も兼ねてそういうこともやっております。現役の大学生への消費者問題のリーダーの育成あるいはアドバイザー資格取得へ向けた講座というのは、全国でも非常に珍しい取り組みだと思っています。今年度 7 名アドバイザーに合格しまして、その中で現役の大学生が 2 名合格しております。前年度、前々年度も現役の大学生が数名合格をしておりまして、社会に出て今後消費者問題のエキスパートとして活躍してくれることを非常に期待しております。

最後に、その学校教育を行います会員のための講師養成講座ということですが、これは毎年私ども支部で実施をしておりまして、講師派遣を目指す会員、あるいは既に講師として多くの会員が活躍していただいているのですけれども、その会員のスキルアップのために学校教育の専門家を招いたり、あるいは実地の先輩から講座の進め方などの学習をする機会を設けております。

私どもＮＡＣＳはこのように啓発活動としまして、若者のうちから、消費者被害に遭わないための人材を育成するために、若者あるいは小学生から大学生まで消費者教育としていろいろな年代にさまざまな場所で、これからもずっと消費者教育に取り組んでいきたいと思っております。どうもご清聴ありがとうございました。

※質疑応答につきましては、個人名・団体名が特定される発言が含まれるため、掲載を省略させていただきます。